

## BAB II

### TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

#### A. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Pengaruh CSR terhadap profitabilitas telah dibuktikan secara empiris oleh Ekasari dan Christine (2012) pada PT. Telkom Tbk. Hasilnya mengindikasikan bahwa CSR dan tiga dasar pengukuran profitabilitas *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), *Earning Per Share* (EPS) secara umum tidak konsisten, karena ada yang berpengaruh dan tidak berpengaruh. Jika dilihat secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR tidak mempunyai pengaruh terhadap ROA dan EPS dikarenakan adanya krisis ekonomi global yang terjadi pada tahun penelitian. Selain itu, CSR mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap ROE karena perilaku etis perusahaan berupa tanggung jawab sosial dengan lingkungan sekitar memberikan dampak jangka panjang yang tercermin pada keuntungan perusahaan.

Bawafi dan Prasetyo (2017) menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks* (CSRI) dengan indikator GRI G3 untuk menguji pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas (ROA) sebagai salah satu faktor yang memperkuat pengaruh pengungkapan, sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014. Hasilnya menunjukkan bahwa CSR terbukti secara empiris berpengaruh terhadap nilai perusahaan, karena semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR maka semakin tinggi pula nilai perusahaan yang akan dilihat oleh pasar. Selain itu, penelitian ini juga membuktikan bahwa profitabilitas secara signifikan dapat memperkuat

pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan karena pada saat profitabilitas perusahaan tinggi dapat menaikkan nilai perusahaan, begitu juga sebaliknya.

Gantino (2016) menggunakan 8 perusahaan manufaktur sub-sektor pulp dan kertas yang terdaftar di BEI periode 2008-2014 sebagai sampel penelitian. Hasilnya konsisten dengan bawafi dan prasetyo (2015) bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan (ROA,ROE,PBV). Berpengaruh terhadap ROA, karena aktivitas CSR dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan sehingga reputasinya semakin meningkat. Penelitian ini membuktikan bahwa CSR berpengaruh terhadap ROE karena semakin luas pengungkapannya dapat memberi sinyal positif kepada *stakeholder* dan *shareholder*. Selain itu, hasil penelitian ini juga membuktikan bahwa CSR berpengaruh terhadap *Price To Book Value* (PBV).

Mustafa dan Handayani (2014) Menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSD) untuk menguji pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan dengan sampel 11 perusahaan manufaktur makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2010-2012. Hasilnya menunjukkan bahwa CSR tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan yang diproksi ROA, ROE, OPM dan NPM.

Dwijayanti *et al.* (2010) Menggunakan 160 perusahaan industri manufaktur periode 2007-2010 untuk menguji pengaruh tingkat pengungkapan CSR pada hubungan antara kinerja keuangan dan return saham. Hasilnya konsisten dengan Mustafa dan Handayani (2014) bahwa pengungkapan CSR tidak terbukti berpengaruh terhadap hubungan kinerja keuangan dan return saham. Penelitian

ini juga membuktikan bahwa terdapat perbedaan pengaruh antara variabel ukuran kinerja dan variabel interaksi.

## B. Teori dan Kajian Pustaka

### 1. Teori *Stakeholder*

Keberadaan perusahaan ditengah lingkungan masyarakat tidak bisa dilepaskan dengan *stakeholder*. *Stakeholder* merupakan pihak yang memiliki kepentingan secara langsung maupun tidak langsung terhadap perusahaan yang terkait dengan dampak dari keberadaan perusahaan (Freeman, 1984).

Menurut Badjuri (2011) perusahaan bukanlah entitas yang hanya melakukan kegiatan operasional untuk kepentingannya sendiri tetapi juga akan memberikan manfaat untuk seluruh stakeholdernya. Keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut sehingga para *stakeholder* memiliki hak untuk mengetahui semua informasi, baik informasi tersebut bersifat wajib (*mandatory*) maupun sukarela (*voluntary*) atau informasi keuangan maupun non keuangan (Purwanto, 2011).

### 2. Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan pengungkapan sosial yang artinya "deal" terhadap tekanan politik dan sosial. Perusahaan adalah bagian dari tujuan sosial. Dengan mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan, perusahaan berusaha menyampaikan kepada *stakeholder* bahwa mereka

telah memenuhi tujuan sosial dan lingkungan sehingga dapat mengurangi tekanan publik tersebut dan perusahaan akan melegitimasi kinerja mereka dalam laporan tahunan (Delena, 2018).

Teori legitimasi merupakan kegiatan psikologis kepemilikan orang lain dan kelompok orang peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik. Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup.

Teori legitimasi mendorong perusahaan untuk meyakinkan bahwa kegiatan operasional dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat yang dituangkan dalam laporan tahunan tentang kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan, untuk membuktikan bahwa perusahaan telah menjalankan kegiatan CSR. Di Indonesia, publikasi *Sustainability report* sudah mulai menjadi *tren*, karena adanya pemberian penghargaan tahunan oleh lembaga *National Center For Sustainability reporting* (Tarigan dan Samuel, 2014).

### 3. Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR)

Organisasi Dunia *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), mengartikan *Corporate Social Responsibility* sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga, komunitas setempat maupun masyarakat

umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan. Berdasarkan UU No. 40 tahun 2007 CSR merupakan komitmen perusahaan untuk bertanggung jawab kepada lingkungan dan masyarakat sekitar yang terkena dampak kurang baik atas kegiatan operasional perusahaan, berupa melimpahnya polutan yang harus ditanggung masyarakat. Selain itu, CSR merupakan salah satu upaya yang dilakukan untuk meningkatkan reputasi perusahaan dimata publik (Nurjannah dan Rusmadi, 2013).

Fauziah dan Marissan (2014) menyatakan bahwa saat ini isu tentang CSR semakin lama semakin berkembang. Para *stakeholders* menginginkan adanya transparansi dalam kegiatan operasional yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga informasi tentang pengungkapan CSR yang dituangkan dalam laporan tahunan maupun laporan keberlanjutan sangat dibutuhkan oleh para *stakeholders* untuk menekan isu yang semakin berkembang dalam ketatnya persaingan dunia bisnis.

Pengungkapan CSR merupakan proses memberikan informasi kepada para stakeholder bahwa perusahaan telah melakukan kegiatan pertanggung jawaban sosial yang kemudian dituangkan dalam bentuk laporan. Aulia dan Syam (2013) menyatakan bahwa Informasi terkait dengan CSR telah dituangkan dalam laporan tahunan perusahaan yang dikelompokkan berdasarkan *mandatory disclosure* (pengungkapan wajib) dan *voluntary disclosure* (pengungkapan sukarela). Selain itu, CSR merupakan sebuah strategi dalam menjalankan kegiatan operasional bisnis karena konsep CSR

bertujuan untuk mencari laba (Sawitri *et al.*). Pengungkapan CSR dapat diukur dengan berpedoman pada *Global Reporting Initiative* (GRI), dimana organisasi ini sudah diakui di seluruh dunia. GRI adalah sebuah kerangka pelaporan yang digunakan untuk membuat laporan keberlanjutan (*Sustainability Reports*) yang terdiri atas prinsip-prinsip pelaporan, panduan pelaporan dan standart pengungkapan. Kerangka kerja GRI dalam pelaporan keberlanjutan dapat membantu perusahaan mengidentifikasi, mengumpulkan dan melaporkan informasi ini dengan cara yang jelas dan dapat dibandingkan.

#### 4. Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan perusahaan adalah suatu gambaran mengenai kondisi dan keadaan dari suatu perusahaan yang dianalisis dengan alat-alat analisis keuangan sehingga dapat diketahui baik buruknya kondisi keuangan dan prestasi kerja suatu perusahaan dalam periode tertentu (Jekwam dan Hermuningsih, 2018).

Kinerja keuangan perusahaan dapat dilihat berdasarkan laporan keuangan. Laporan keuangan adalah akhir dari proses akuntansi dengan tujuan untuk memberi informasi keuangan yang dapat menjelaskan kondisi perusahaan selama periode tertentu, sehingga dapat dikatakan bahwa laporan keuangan yang diterbitkan oleh perusahaan merupakan cerminan dari kinerja keuangan perusahaan tersebut. Bagi sebuah perusahaan, menjaga dan meningkatkan kinerja keuangan adalah salah satu keharusan agar perusahaan tersebut tetap eksis dan diminati oleh investor. Selain

melihat kinerja keuangan, pasar juga memberikan respon terhadap alokasi biaya CSR yang dilakukan oleh perusahaan (Hermawan dan Nurul, 2014). Dalam penelitian ini kinerja keuangan akan diproksikan dengan Profitabilitas dan Aktivitas;

a. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan suatu angka yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu. Menurut Grey (1995) profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan *flexibel* untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas, maka semakin besar pula pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

b. Aktivitas

Rasio aktivitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menggunakan aktiva yang dimilikinya atau bisa dikatakan sebagai rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi dalam pemanfaatan sumber daya perusahaan, selain itu digunakan juga untuk menilai kemampuan perusahaan dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari (Kasmir, 2009).

Menurut M Panji *et al.* (2018) Semua rasio aktivitas melibatkan perbandingan antara tingkat penjualan dan investasi pada berbagai jenis aktiva. Aktiva yang rendah pada tingkat penjualan akan mengakibatkan semakin besarnya kelebihan dana yang tertanam pada aktiva

perusahaan, kelebihan dana tersebut lebih baik ditanamkan pada aktiva lain yang lebih produktif.

### C. Perumusan Hipotesis

#### 1. Hubungan pengungkapan CSR dengan Profitabilitas

Pengungkapan CSR merupakan proses memberikan informasi kepada para *stakeholder* tentang kegiatan perusahaan yang telah memberikan perhatian sosial seperti bantuan dana maupun pelatihan (kemitraan) dan bina lingkungan. Hal ini dapat menimbulkan respon positif dari masyarakat, sehingga kepedulian masyarakat terhadap perusahaan semakin meningkat dan diikuti dengan peningkatan daya beli masyarakat. Hal ini berarti, secara tidak langsung masyarakat memegang peranan yang cukup penting dalam upaya peningkatan profitabilitas.

Berdasarkan teori *stakeholder*, perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri tetapi juga memberikan manfaat untuk seluruh stakeholdernya. Maka dari itu, perusahaan melaksanakan dan mengungkapkan pertanggung jawaban sosial untuk menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan, sehingga profit yang diperoleh perusahaan ikut meningkat seiring dengan meningkatnya daya beli masyarakat akibat dari kepercayaan tersebut yang membuat masyarakat lebih tertarik terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Selain itu, para konsumen lebih mengapresiasi perusahaan yang mengungkap praktik CSR dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mengungkap CSR, mereka akan



membeli produk yang sebagian laba dari perusahaan tersebut disisihkan untuk kepentingan sosial dan lingkungan (Muliani *et al.*, 2014).

Heryanto dan Juliarto (2017) menguji pengaruh CSR terhadap profitabilitas, hasilnya menunjukkan bahwa CSR mempengaruhi profitabilitas perusahaan secara signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengungkapan CSR suatu perusahaan akan meningkatkan laba yang diperoleh dari penjualan tersebut, karena konsumen lebih menyukai produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial. Berdasarkan uraian tersebut maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

$H_1$  = Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Profitabilitas

## 2. Hubungan pengungkapan CSR dengan Aktivitas

Rasio aktivitas digunakan untuk mengukur seberapa besar keefektifan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki perusahaan, keefektifan tersebut bisa dilihat dari bagaimana perputaran seluruh aktiva perusahaan selama periode tertentu. pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan dapat menunjukkan bahwa perusahaan turut peduli dengan lingkungan dan juga kesejahteraan masyarakat sekitar, dengan begitu manfaat dari kegiatan operasional yang dilakukan oleh perusahaan tidak hanya dirasakan ataupun dinikmati pihak internal perusahaan, namun juga pihak eksternal seperti masyarakat luas. Menurut Dilling (2009) terdapat beberapa

penelitian hingga mencapai 70% menyebutkan hubungan positif antara kinerja keuangan dengan pengungkapan CSR.

Rasio Aktivitas menggambarkan aktivitas yang dilakukan perusahaan dalam menjalankan operasinya. Sedangkan teori legitimasi mendorong perusahaan untuk meyakinkan bahwa kegiatan operasional dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat luas. Logikanya, semakin tinggi rasio aktivitas menandakan bahwa kemampuan perusahaan semakin baik dalam mengelolanya, sehingga dalam melaksanakan kegiatan operasional perusahaan harus diimbangi dengan tanggung jawab sosial (CSR) dan perusahaan harus melegitimasi kinerja mereka dengan melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan yang dituangkan dalam laporan tahunan untuk mengurangi komplain dari masyarakat serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Selain itu, pengungkapan CSR dilakukan oleh perusahaan untuk menekan isu tentang CSR yang semakin lama semakin berkembang.

Menurut Syamsuddin (2011) *total asset turnover* penting bagi para investor, kreditur dan pemilik perusahaan, tetapi akan lebih penting lagi bagi para manajemen perusahaan karena hal ini akan menunjukkan efisien tidaknya penggunaan seluruh aktiva di dalam perusahaan. Pengelolaan aktiva yang baik akan membawa perusahaan menuju kinerja keuangan yang semakin baik dan kuat serta akan mendorong manajer untuk mengungkapkan CSR secara luas dalam kinerja perusahaan. Rinnaya *et al.* (2016) menguji pengaruh rasio aktivitas terhadap nilai perusahaan hasilnya menunjukkan

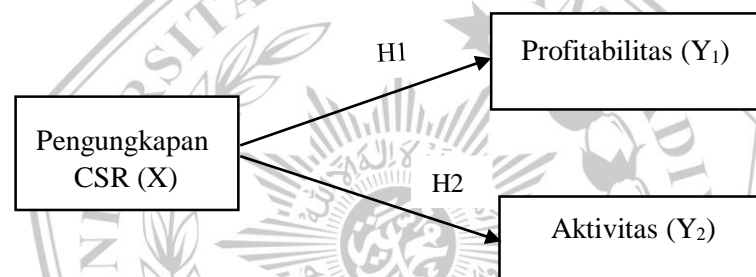
bahwa rasio aktivitas (TATO) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV).

Berdasarkan uraian tersebut maka diajukan hipotesis sebagai berikut :

$H_2$  = Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Aktivitas

#### D. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan Rumusan masalah dan Hipotesis penelitian, dapat digambarkan dalam kerangka pemikiran seperti berikut:



Gambar 2.1 Model Kerangka Pemikiran